



Lippstädter Einzelhändler auch bei Youtube unterwegs

Sowohl online als auch offline ist der Lippstädter Einzelhandel zu finden – dafür sorgt nicht zuletzt die Initiative inhabergeführter Fachgeschäfte „Wir sind Lippstadt“. Die gibt nicht nur einen gedruckten Shopping-Guide heraus (Auflage: 15 000 Stück), sondern bietet auch Raum für eine virtuelle

Präsenz: Auf der gemeinsamen Homepage – mit mehr als 20 000 Zugriffen – kann jeder der inzwischen 54 beteiligten Händler und Gastronomen mittels einer „Kachel“ seine Lage und Öffnungszeiten darstellen, bei Facebook Neuigkeiten oder Aktionen posten und sich bei Youtube in be-

wegten Bildern zeigen – so wie hier Elisabeth Knaus in ihrem Fachgeschäft „Soho“. Beliebte bei den Clips sind übrigens das Rustica Nova oder auch das Fachgeschäft Tuchführung (für Stoffe und kreative Ideen) mit mehr als 1000 Abrufen. Das Projekt „Zukunftslabor Einzelhandel“ begrüßte Gerd

Heidemann für die Initiative ausdrücklich – nicht zuletzt, um weitere Anstöße und Unterstützung zu bekommen. Das könne nicht nur das Marketing gelten, sondern auch Erkenntnisse bezüglich Online-Shops oder einem gemeinsamen Multi-Store betreffen.

■ axs/Foto: Beule